

عوامل اجتماعی مؤثر بر میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی (مطالعه موردی زنان شاغل همسر دار شهرستان سراب)

دکتر محمود علمی^۱

سارا الیاسی^۲

چکیده

هدف از انجام این پژوهش، توصیف میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی توسط زنان و تحلیل اجتماعی مؤثر بر آن می‌باشد. تحقیق حاضر با استفاده از روش پیمایش انجام گردیده و برای گردآوری داده‌ها از پرسش‌نامه‌های محقق ساخته استفاده شده است. جامعه آماری تحقیق ۳۳۳ نفر از زنان شاغل همسر دار شهرستان سراب بوده است که با استفاده از شیوه نمونه‌گیری تصادفی ساده و براساس فرمول نمونه‌گیری کوکران با حجم نمونه‌ای برابر ۱۵۲ نفر از آنان، به عنوان پاسخگویان تحقیق انتخاب شدند. متغیر وابسته تحقیق «میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی» بوده است که رابطه آن با برخی از متغیرهای اجتماعی به عنوان متغیرهای مستقل مورد بررسی قرار گرفته است. یافته‌ها نشان می‌دهد که ویژگی‌های شخصیتی ابزاری نظیر فعال، پرانرژی، مستقل، پرخاشگر، مدیر، قوی و توانا به مردان و ویژگی‌های شخصیتی بیانی یا روحیه‌بخش نظیر عاطفی، حساس، جذاب، آرام، صبور، مضطرب، وابسته به دیگران و نگران به زنان نسبت داده شده‌اند. هم‌چنین مشخص گردید که بین حمایت اجتماعی سازمان، شبکه روابط اجتماعی، تعهد به نقش، سطح تحصیلات همسر، سابقه کار و سن زنان با میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی رابطه معناداری وجود داشته است و طبق آزمون تحلیل رگرسیون چند متغیره، عدم

۱- دکترای جامعه‌شناسی، استادیار و عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی تبریز.

۲- کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی.

حمایت اجتماعی سازمان و عدم تعهد به نقش، سابقه کار و سن زنان بر میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی زنان تأثیرگذار بوده‌اند.

واژگان کلیدی: کلیشه‌های جنسیتی، تعهد به نقش، جامعه‌پذیری جنسیت، حمایت اجتماعی سازمان.

۱- مقدمه و بیان مسئله

در تمامی جوامع بشری، افراد برحسب ملاک‌های اجتماعی نظیر نقش و پایگاه، طبقه، مذهب، نژاد، قومیت و... دسته‌بندی می‌شوند. یکی از مهم‌ترین ملاک‌های اجتماعی - فرهنگی برای دسته‌بندی افراد جامعه، جنسیت است. به عقیده بسیاری از جامعه‌شناسان، جنسیت شاید یگانه ویژگی مهمی است که به طور اساسی تعیین‌کننده ادراکات، نگرش‌ها رفتارها و منزلت افراد در جامعه بوده و خود نیز به شدت تحت تأثیر یادگیری اجتماعی و فرهنگی شکل می‌گیرد. «جامعه‌شناسان براین باورند که جنسیت، حداقل دارای سه سطح متفاوت و مرتبط به هم است: سطح فردی (که متشکل از نقش‌ها و هویت‌های فردی است)، سطح بین فردی و کنش متقابل (که شامل شیوه‌های رفتار کردن با دیگران است) و سطح کلان و اجتماعی (که در بردارنده باورهای فرهنگی و توزیع منابع می‌باشد). چند سطحی بودن سیستم جنسیت، به فرآیندهایی که در نهایت به باز تولید نابرابری جنسیتی در سطوح کلان، خرد و کنش متقابل به طور همزمان می‌انجامد، اجازه عمل می‌دهد» (کورل، ۲۰۰۱: ۶۹۵). هر یک از مقولات مرد یا زن بودن، مبتنی بر یک سری تصورات و پیش‌فرض‌هایی درباره نگرش‌ها و رفتارهای مناسب مردانه و یا زنانه (کلیشه‌های جنسیتی) است که در فرهنگ هر جامعه‌ای تعاریف ویژه و متفاوتی می‌یابند.

خود، عبارت از مجموعه ویژگی‌هایی است که تفاوت یا شباهت فرد با دیگران را موجب می‌شوند، ترکیب نگرش‌ها و رفتارهای معمول در محیط اجتماعی، با تفسیر شخص از واکنش‌های دیگران درباره خودش، می‌تواند خود هر شخص را تشکیل داده و به تداوم یا تغییر آن منجر گردد. «شاید مهم‌ترین و برجسته‌ترین عنصر

هویت شخصی یا خود، آن بخش از هویت اجتماعی است که در آن هر کدام از ما به یکی از دو مقوله مرد یا زن منتسب می‌گردیم. در واقع می‌توان گفت که هر کدام از ما دارای یک هویت جنسیتی^۱ هستیم یعنی به خودمان بر چسب مذکر یا مونث می‌زنیم» (بارون و بیرن، ۱۹۹۷: ۱۷۵).

هویت جنسیتی از طریق تعامل اجتماعی شکل گرفته و از کانال کارگزاران جامعه‌پذیری (خانواده، مدرسه، دوستان و رسانه‌های گروهی) به افراد منتقل می‌گردد. به عبارتی دیگر «از طریق فرآیند جامعه‌پذیری و رشد شخصیت، کودک دارای هویت جنسیتی ویژه‌ای می‌گردد که از طریق این هویت، در اکثر موارد به باز تولید ارزش‌ها، نگرش‌ها و رفتارهایی می‌پردازد که محیط اجتماعی برای یک دختر یا پسر تصویب کرده است» (لوربر، ۲۰۰۰: ۴۵۶). بخش مهمی از این شناخت‌های مربوط به ویژگی‌ها و هویت جنسیتی، ناشی از عقاید و افکار قالبی یا کلیشه‌ها^۲ است. والتر لیمن خاطرنشان ساخت که رفتار مردم با دیگران تا اندازه زیادی تحت تأثیر تصاویر ذهنی‌شان از دیگران است. وی اصطلاح عقیده قالبی (کلیشه) را برای اشاره به این تصورات بیش از حد ساده ما از دیگران به کار برد (رحمتی، ۱۳۷۱: ۱۱). در واقع، باورها و تصورات مورد قبول ما از ویژگی‌های شخصیتی، مخصوصاً صفات شخصیتی و رفتارهای یک گروه از افراد را می‌توانیم تحت عنوان عقاید قالبی (کلیشه‌ها) تعریف نماییم (بدار و دیگران، ۱۳۸۱). این گونه کلیشه‌ها و عقاید قالبی درباره گروه‌های مختلف نژادی، مذهبی، زبانی، قومی و شغلی در جامعه رایج است. کلیشه‌های جنسیتی (تصویر ذهنی یکنواخت و قالب‌بندی شده‌ای از رفتارهای خاص مربوط به زنان و مردان بدون بررسی و آزمون) مثال روشنی از این پدیده است. براساس کلیشه‌های جنسیتی، زنان و مردان در جامعه دارای ویژگی‌های خاص، رفتار خاص و حالات روانی خاص هستند و در نهایت قابلیت انجام وظایف و کارهایی را دارند که به صورت معمول با یکدیگر متفاوتند. کلیشه‌سازی از طرفی خصوصیات و توانایی‌های را به زنان اختصاص می‌دهد که زنان از آن بی‌بهره‌اند (اعزازی، ۱۳۸۰: ۴۵). در فرهنگ ما، این که مرد

1- Gender Identity

2- Stereotypes

نباید گریه کند، زن احساساتی است و نمی‌تواند قضاوت درستی بکند، یا اینکه زن ترسو، خرافاتی و نازک‌دل است؛ مرد سنگ‌دل، سخت‌گیر، سلطه‌گر و پرخاشگر است، نمونه‌های معدودی از فهرست طولانی کلیشه‌های جنسیتی راجع به ویژگی‌های شخصیتی مردان و زنان می‌باشد. آن‌چه در بررسی کلیشه‌های جنسیتی در جامعه جلب توجه می‌نماید کلیشه‌های عمدتاً منفی در مورد زنان و شیوع و پذیرش کلیشه‌های عمدتاً مثبت راجع به مردان است که این کلیشه‌ها در نهایت به پیشداوری و تبعیض جنسیتی منجر می‌گردند.

مطالعات متعددی رواج و شیوع کلیشه‌های جنسیتی را به تصویر کشیده‌اند. مطالعات انجام شده در ایران نشان داده است که در کودکان بین سنین چهار تا شش سال صفات منسوب به دختر و پسر به شیوه‌ی معناداری استقرار می‌یابد. در مطالعه‌ای راجع به انتظارات، نگرش‌ها و رفتار والدین و مربیان در مورد کودکان پیش‌دستانی، این نتیجه به دست آمد که ۸۸ درصد از مادران ایرانی از دو سالگی دختر را به مراتب کمتر از پسر به استقلال، خودکفایی و پیشرفت تشویق می‌کنند و مطابق این نگرش که نقش دختر در آینده عمدتاً نقش مادری و همسری است، خصوصیتی چون همکاری با دیگران، حساس بودن به نیازهای دیگران و قبول مسئولیت نسبت به دیگران را در او تقویت می‌کنند (ناجی راد، ۱۳۸۲: ۳۱۰). در پژوهشی راجع به طرحواره‌های نقش جنسیتی و کلیشه‌های فرهنگی در بین دانشجویان دختر، معلوم گردید که تفاوت بین طرحواره‌های ذهنی زنانه و مردانه در بین دختران دانشجو معنادار است و ویژگی‌های اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی دانشجویان با نقش‌های جنسیتی آنها رابطه دارد (اکرم، ۱۳۸۳: ۱۱۵). در پژوهشی دیگر، با هدف مطالعه گرایش پسران دانش‌آموز مقطع متوسطه به ارزش‌های مردانه و کلیشه‌های جنسیتی، مشخص گردید که تفاوت‌هایی در زمینه گرایش به ارزش‌ها و کلیشه‌های جنسیتی در میان آنها وجود داشته و پسرانی که نمرات بالاتری در مقیاس مردانگی کسب نموده‌اند، گرایش بیشتری به ارزش‌های مردانگی و کلیشه‌های جنسیتی مردانه داشته‌اند (ذکایی و میرزایی، ۱۳۸۴: ۷۰). هم‌چنین پژوهش‌های انجام شده در زمینه بازتولید و ترویج کلیشه‌های جنسیتی در رسانه‌های

ایران نشان می‌دهد که نمایش مردان و زنان در آگهی‌های تلویزیونی در راستای نقش‌های سنتی است (حقیقی نسب و هدایتی، ۱۳۸۴: ۳۳). در سریال‌های تلویزیونی، زنان و مردان به صورت زنان و مردان سنتی کلیشه‌ای به نمایش در می‌آیند، بدین ترتیب که زنان موجوداتی فریبکار، ناقص‌العقل، بی‌وفا، منفعل و فرودست و در مقابل مردان موجوداتی صادق، عاقل، وفادار، فعال و فرادست تصویرسازی شده‌اند (صادقی فسایی و کریمی، ۱۳۸۴: ۵۹). و فیلم‌های سینمایی ایرانی نیز از طریق مناسکی کردن فرمانبری و کم‌ارزش جلوه دادن زنان نسبت به مردان، برتری یک جنس بر جنس دیگر را به نمایش می‌گذارند و ارزش‌ها و هنجارهای جنسیتی سنتی را تأیید و تثبیت می‌کنند و این همه غالباً از طریق اجرای مناسک فرودستی و فرادستی در کنش متقابل بازیگران زن و مرد در فیلم‌ها رخ می‌دهد (سلطانی گردفرامری، ۱۳۸۵: ۱۶). علاوه بر این، در یک مطالعه بین‌المللی که در ۲۵ کشور انجام گرفته است صفت‌هایی نظیر عاطفی، مضطرب، وابسته، ترسو، مهربان، ملایم، احساساتی، دلسوز، نازک‌دل و منفعل به زنان و صفاتی نظیر فعال، حادثه‌جو، پرخاشگر، خشن، سلطه‌گر، قوی، بانرژی، مستقل، مقاوم و سنگدل به مردان نسبت داده شده است. این برداشت در تعداد زیادی از فرهنگ‌ها وجود دارد و نشان می‌دهد که تصورات قالبی در مورد زنان منفی است. مثلاً از نظر حساسیت، درک دیگران و خونگرمی در روابط عاطفی تا اندازه‌ای برتری به زنان داده می‌شود اما در مجموع صفات مردانه خیلی با ارزش‌تر از صفات زنانه است (بدار و دیگران، ۱۳۸۱: ۱۳۲).

آیا چنین کلیشه‌های جنسیتی صحت دارند و مردان و زنان بطور واقعی در شیوه‌های رفتاری که این کلیشه‌ها بیان می‌کنند با هم متفاوتند؟ پاسخ به این سؤال دشوار است، چرا که تفاوت‌های بین دو جنس بیش از آنکه نشان‌دهنده تفاوت‌های اساسی و بنیادین بین مردان و زنان باشد، منعکس‌کننده تأثیر کلیشه‌های جنسیتی و ماهیت خود استحکام بخشی این کلیشه‌هاست. به عبارت واضح‌تر، گرچه برخی تفاوت‌های واقعی بین مردان و زنان در برخی از جنبه‌های زندگی اجتماعی وجود دارد، اما شدت و گستردگی این تفاوت‌ها بسیار کمتر از آن چیزی است که کلیشه‌های جنسیتی بیان می‌کنند. با این وجود، متأسفانه این واقعیت که کلیشه‌های

جنسیتی نادرستند مانع اثرات زیان‌آور آنها نمی‌گردد (بارون و بیرن، ۱۹۹۷: ۲۲۳). و تبعیض علیه زنان و انتظارات بیش از حد مردان را به دنبال دارند. نکته مهم آن است که زمانی که افراد یک الگوی ویژه از صفات مرتبط با جنسیت را کسب کرده و کلیشه‌های جنسیتی را پذیرفتند، تمایل دارند تا برحسب تصورات و باورهایشان درباره رفتارهای متناسب با جنسیت (کلیشه‌های جنسیتی) عمل کنند، یعنی آنها به شیوه‌هایی رفتار می‌کنند که به عنوان مردانه، زنانه، یا مردانه-زنانه (بینابین یا خنثی) شناخته شده‌اند. لذا شناسایی میزان شیوع کلیشه‌های جنسیتی و نیز عوامل مؤثر بر تشکیل و ترویج آنها می‌تواند گامی مهم در پیشگیری از پیش‌داوری و تبعیض جنسیتی (به ویژه علیه زنان) محسوب گردد و نقش آنها را در فرآیند توسعه برجسته نماید. از این رو، تحقیق حاضر با هدف شناسایی نوع و میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی در بین مردان و زنان جوان در استان مازندران و نیز تعیین عوامل مؤثر بر شکل‌گیری و پذیرش کلیشه‌ها به ویژه عوامل خانوادگی و اجتماعی صورت گرفته است. به عبارت دقیق‌تر این تحقیق به دنبال پاسخگویی به سئوالات زیر می‌باشد:

۱- آیا بین متغیرهای اجتماعی نظیر شبکه روابط اجتماعی، حمایت اجتماعی سازمان و تعهد به نقش، میزان تحصیلات خود فرد و همسر، میزان درآمد همسر با میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی رابطه‌ای وجود دارد؟ ۲- در نهایت چه عوامل اجتماعی بر میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی تأثیر می‌گذارند؟

۲- تعریف مفاهیم و متغیرها

۱-۲- کلیشه‌های جنسیتی^۱: کلیشه‌های جنسیتی مجموعه‌ای سازمان‌یافته از باورها درباره خصوصیات همه اعضای گروهی خاص است. پس کلیشه یا تصور قالبی به معنی مجموعه باورهایی است درباره اینکه زن یا مرد بودن به چه معناست. کلیشه‌ها دربرگیرنده اطلاعاتی درباره ظاهر جسمانی، نگرش‌ها، علایق صفات روانی، روابط اجتماعی و نوع شغل است (اشمور، دل‌بکا و وهلرز، ۱۹۸۶؛ دوو و لویز، ۱۶۸۴؛ هیوستون، ۱۹۸۵ و ۱۹۸۳ به نقل از گولومبوک و فی‌وش، ۱۳۷۸: ۲۶).

و اغلب با جنسیت شخص نظیر ابزاری بودن مردان و ابزاری بودن زنان پیوند خورده است (اسپنس و هلمریش، ۱۹۷۸ به نقل از استتس و برک، ۱۹۹۷).

والترلین خاطر نشان می‌سازد که رفتار مردم با دیگران تا اندازه زیادی تحت تاثیر تصاویر ذهنی‌شان از دیگران است و اصطلاح عقیده قالبی (کلیشه) را برای اشاره به این تصورات بیش از حد ساده از دیگران به کار می‌برد (رحمتی، ۱۳۷۱: ۱۱).

در این پژوهش به منظور سنجش کلیشه‌هایی جنسیتی از یک مقیاس ۶ گویه‌ای استفاده می‌شود که در سطح رتبه‌ای اندازه‌گیری شده و از پاسخگویان خواسته می‌شود تا میزان موافقت یا مخالفت خود را با هر گویه اعلام کنند.

۲-۲- تعهد نقش^۱: تعهد به معنی پایندی نسبت به موضوع یا عمل است. متعهد شخصی است که خود را به صورت گسستگی ناپذیری به یک مسأله پای‌بند می‌سازد (صلیبا، ۱۳۷۰).

در تعهد نقش همانند هر نوع تعهد اجتماعی دیگر، گونه‌ای از همزادپنداری و تمایل عاطفی مثبت نسبت به نوعی «دیگر» نهفته است (چلی، ۱۳۷۶).

از نظر مارکز اغلب تعهدها به جای آن که نشانگر مجموعه‌ای رفتارهای بلا تغییر با تعداد ثابت باشند، دارای پارامترهای روشن و تعریف شده‌ای است که همه آن را می‌شناسند، در واقع نمایانگر تعداد و محدوده قابل تغییر از کارهای بالقوه نامشخص هستند (Marks, Ibid: p.930). در نظر وی برای تعیین این که چرا یک شخص می‌خواهد کار مشخصی را انجام دهد یا چرا برای آن کار اهمیت قائل است، چند دلیل اصلی وجود دارد که او آنها را عناصر تعهد می‌نامد:

- ۱- بهره‌مندی یا لذت همزمان از یک یا چند کار خاص.
- ۲- وفاداری همزمان به یک یا چند شریک نقش که انجام این امور را از شخص می‌خواهند یا اگر شخص این کارهای را انجام دهد، خوشحال خواهد شد.
- ۳- انتظار برخی از پاداش‌ها نظیر ثروت، قدرت، حیثیت، تحسین و ...
- ۴- ممانعت از برخی مجازات‌های ادراک شده نظیر سرزنش، بدنامی، از دست دادن پاداش‌ها و امتیازها و ...

1- Role Commitment

در این پژوهش، تعهد به نقش از نظر مارکرز گرفته شده بنابراین برای سنجش آن از دلایل اصلی که مارکرز آنها را عناصر تعهد می‌نامد استفاده می‌شود.

۲-۳- شبکه اجتماعی^۱: شبکه اجتماعی، الگوی پیوندهایی است که اعضای جامعه را به هم پیوند می‌دهد (ریتزر، ۱۳۷۴: ۵۷۷). ولمن یک شبکه را عبارت می‌داند از پیوند میان کنشگرانی که چندان در هم بافته و به هم بسته نیستند که بتوان آنها را گروه تلقی کرد. به نظر گرانووتر شبکه می‌تواند یک نظام اجتماعی انعطاف پذیر ایجاد کند (ریتزر به نقل از ولمن و گرانووتر، ۱۳۷۴: ۵۷۷).

ولمن معتقد است: یک شبکه چیزی بیشتر از مجموع پیوندهایش است (Wellman, 1999: p.24).

متغیر مستقل اساسی بات در تحقیق‌اش در خانواده و شبکه اجتماعی، شبکه اجتماعی است، وی تعریف زیر را از شبکه ارائه می‌دهد: در یک شبکه فقط بعضی از افراد تشکیل دهنده آن و نه همه آنها، دارای روابط اجتماعی با یکدیگر هستند. در یک شبکه واحدهای خارجی تشکیل دهنده آن کل اجتماع گسترده‌تری را به وجود نمی‌آورند و با یک مرز مشترک احاطه نمی‌شوند (بات، ۱۳۷۳: ۲۵۶). برای سنجش این متغیر از شاخص‌هایی چون: کسب حمایت از محیط دوستان؛ کمک و پشتیبانی گروه‌های دیگر؛ میزان روابط اجتماعی با دوستان و آشنایان استفاده می‌شود.

۳- مبانی نظری

در این تحقیق سعی شده تا با تلفیقی از نظریه‌های نقش، طرحواره جنسیت، یادگیری اجتماعی و جامعه‌پذیری نقش جنسیتی به تحلیل و تبیین موضوع مورد مطالعه پرداخت.

۳-۱- نظریه نقش: در نظریه نقش^۲، مفاهیم پایگاه و مجموعه پایگاهی و نیز نقش و مجموعه‌های نقشی اهمیت می‌یابند. در واقع، پایگاه موضعی است که فرد در ساختار اجتماعی جامعه خود، اشغال می‌کند و براساس ارزش‌مندی آن پایگاه به

1- Social Network

2- Role Theory

لحاظ میزان کنش، قدرت، تسلط و یا حیثیت جای معینی را در سلسله مراتب اجتماعی به خود اختصاص می‌دهد. در هر پایگاه، افراد از برخی حقوق و امتیازات برخوردار می‌گردند در حالی که باید وظایف و تکالیفی را نیز انجام دهند. در این جا واژه‌ی پایگاه و نقش به هم پیوند می‌خورند. بدین معنی که پایگاه موضعی است که فرد در سلسله مراتب اجتماعی اشغال می‌کند و نقش، مجموعه امتیازات و تکالیف نهفته در پایگاه محسوب می‌گردد که جامعه و دارنده پایگاه انتظار دارند. عبارت مجموعه‌ی نقشی، به کلیه روابط نقشی یک شخص که با دیگران به دلیل پایگاه اجتماعی خاص خود برقرار می‌کند، گفته می‌شود. اعضای یک نظام اجتماعی معین ممکن است به کسانی که نقش‌های مقرر را خوب اجرا می‌کنند پاداش بدهند و آنهایی را که به این هنجارها پاسخ منفی می‌دهند، تنبیه نمایند (دوچ و کراوس، ۱۳۷۴: ۱۸۹). بدین ترتیب می‌توان گفت نقش جنسیتی عبارت است از انتظارات غالب در یک جامعه در مورد فعالیت‌ها و رفتارهایی که مردان و زنان می‌توانند یا نمی‌توانند در آنها درگیر شوند (کامیر و همکاران، ۱۹۹۲: ۳۲۵). بدین ترتیب، وقتی از مفهوم نقش جنسیتی سخن می‌گوییم علاوه بر اختصاص وظایف و کارهای خانگی یا اجتماعی جداگانه به هر یک از دو جنس، انتظار ویژگی‌های شخصیتی و رفتاری متفاوت از هر یک از دو جنس (مانند رفتار عاطفی و مداراگرانه زنان و رفتار تهاجمی و حسابگرانه مردان) نیز مدنظر است.

بدین ترتیب، نقش‌های جنسیتی آن دسته از تجربیات مشترکی هستند که افراد بر مبنای مؤنث یا مذکر بودنشان به دست آورده و بر مبنای آن عمل می‌کنند. بر این اساس، اعضای جامعه توقعات و انتظاراتی را راجع به رفتارهای مناسب برای یک فرد دارند که این انتظارات اجتماعی بر پایه تعلق افراد به یکی از مقولات مرد یا زن شکل گرفته‌اند (اگلی، ۲۰۰۰: ۴۴۸). به طور خلاصه باید گفت که اساسی‌ترین ایده در نظریه نقش اجتماعی این است که: تفاوت‌های نگرشی و رفتاری مردان و زنان، ناشی از نقش‌های متفاوتی است که آنها در جامعه دارند، زیرا نقش‌های اجتماعی نگرش‌ها و رفتارهای خاصی را ایجاب یا نفی می‌کنند. به عبارت دیگر، موقعیت

فرد در ساختار اجتماعی (پایگاه اجتماعی)، شکل دهنده باورها، نگرش‌ها و رفتارهای (نقش اجتماعی) اوست (زو، ۱۹۹۷).

۳-۲- نظریه طرحواره جنسیت^۱

مفهوم طرحواره، به یک ساخت شناختی اطلاق می‌شود که نشان‌دهنده آگاهی و شناخت فرد راجع به یک مفهوم یا یک نوع محرک (شامل اسنادهای آن و روابط میان اسنادها) می‌باشد. طرحواره‌ها به عنوان شیوه‌های مهم قالب‌سازی دیدگاه یک فرد درباره جهان‌ش در نظر گرفته می‌شوند؛ چرا که بر فرآیندهای توجه، حافظه و استنباط اجتماعی تأثیر می‌گذارد (میلتون، ۲۰۰۰). انواع متفاوتی از طرحواره‌ها مورد بررسی قرار گرفته‌اند؛ نظیر طرحواره‌های مربوط به اشخاص، طرحواره‌های مربوط به خود، طرحواره‌های مربوط به نقش، طرحواره‌های مربوط به وقایع و رویدادها، و طرحواره‌های آزاد (ایروانی و باقریان، ۱۳۸۳: ۵۹). یکی از مهم‌ترین طرحواره‌های بررسی شده، طرحواره جنسیت است که مطالعه درباره آن به ارائه نظریه طرحواره جنسیت منجر شده است. این نظریه در چارچوب نظریات مربوط به هویت جنسیتی، توسط ساندرابم^۲ ارائه شده است. هویت جنسیتی زمانی شکل می‌گیرد که کودکان معنا و تصویری از خود می‌سازند که در بردارنده مفاهیم مردانگی یا زنانگی است و جنسیت به بخشی از خودپنداره آنها تبدیل می‌گردد. بین سنین چهار تا هفت سالگی، کودکان به تدریج مفهوم ثبات جنسیتی^۳ را می‌فهمند، بدین معنی که تشخیص می‌دهند جنسیت یک ویژگی اساسی و بنیانی برای تعریف و شناخت هر کس است. پس از استحکام این شناخت‌ها، اداراکات فرد تحت تأثیر آنچه که درباره جنسیت یاد گرفته‌اند قرار می‌گیرد (بارون و بیرن، ۱۹۹۷: ۱۷۶). به عقیده بام، کودکان این آمادگی عمومی را دارند تا اطلاعات راجع به خودشان را بر مبنای تعاریف اجتماعی رفتارهای مناسب برای هر جنس، سازمان‌دهی نمایند. زمانی که یک کودک می‌آموزد که خودش را دختر یا پسر بداند، صحنه آماده است تا کودک نقش‌هایی را بیاموزد که این برچسب‌ها را همراهی می‌کنند. به موازات

1 - Gender Schema Theory

2 - Sandra Bem

3 - Gender Consistency

رشد کودکان، آنها به تفصیل عقاید کلیشه‌ای مربوط به مرد یا زن بودن (کلیشه‌های جنسیتی) را در فرهنگ خودشان می‌آموزند (همان، ۱۷۷).

۳-۳- نظریه یادگیری اجتماعی

نظریه یادگیری^۱ اجتماعی بر ارتباط سه گانه بین فرد، رفتار و محیط از طریق فرآیند التزام یا علیت متقابل تأکید می‌کند (گراف و دیگران، ۱۳۸۱: ۲۸). گرچه فرآیند در دو محیط فیزیکی (جنبه‌های مادی میدان رفتار) و اجتماعی (حضور واقعی یا خیالی دیگران و یا مشارکت آنان در زمان یادگیری) رخ می‌دهد، با این حال به نظر می‌رسد محیط اجتماعی اهمیت ویژه‌ای دارد (شاو و کوستانزو، ۱۹۸۲: ۴۱).

یکی از کاربردهای نظریه یادگیری اجتماعی، توضیح علل تفاوت‌های جنسیتی در نگرش و رفتار است. این نظریه تأکید بسیار زیادی بر نقش عوامل محیطی در یادگیری نگرش‌ها و رفتارها دارد.

آلبرت باندورا که نامش با نظریه یادگیری اجتماعی پیوند خورده است در توضیح چگونگی فراگیری رفتارهای مربوط به نقش جنسیتی می‌گوید: کودک از دو طریق رفتارهای اجتماعی و نقش‌های جنسیتی را یاد می‌گیرد، نخست از طریق آموزش مستقیم (شرطی‌سازی کودک به مدد عوامل تقویت‌کننده که وی طی آن با دریافت پاداش و یا تنبیه، نسبت به رفتارهای جنسیتی شرطی شده و آنها را می‌آموزد)؛ و دوم از طریق تقلید یا همانندسازی یا سرمشق‌گیری (الگوسازی رفتارهای جنسیتی توسط والدین و سایر کارگزاران جامعه‌پذیری، و تقلید و پیروی کودک از این الگوها) (دوسک، ۱۹۸۷: ۱۲۸). این نظریه برای اندیشه مبتنی است که کودکان نقش‌های مربوط به جنسیت خود را به وسیله پاداش و تنبیهی که در طی انجام بازی‌های مختلف با کودکان دیگر و نیز مشاهده رفتار دیگران به عنوان سرمشق‌ها و مدل‌ها دریافت می‌دارند، یاد می‌گیرند (مارتین، ۲۰۰۰: ۴۴۶).

در مجموع، طرف‌داران این نظریه بر این باورند که والدین نقش بسیار مهمی در یاددهی نقش‌های جنسیتی به فرزندان ایفاء می‌کنند، زیرا زمان زیادی را در ارتباط

نزدیک با کودک می‌گذرانند و رابطه‌ای عاطفی با وی دارند. والدین برای رفتاری که به گمان آنها، با جنسیت کودک متناسب است به او پاداش می‌دهند، کودک می‌آموزد آنچه را که مورد تأیید و پسند واقع می‌شود حدس بزند و مطابق آن رفتار کند... والدین و دیگران، با پاداش و تنبیه، کودک را به تقلید آنچه نقش جنسیتی مناسب می‌پندارند تشویق می‌کنند. در حقیقت این پیش‌فرض که والدین آشکارا میان دختر و پسر فرق می‌گذارند در این نظریه نقش اساسی دارد (گرت، ۱۳۸۰: ۳۵).

۳-۴- نظریه جامعه‌پذیری جنسیت^۱

آشکارترین شیوه‌ای که از طریق آن، فرهنگ جامعه در ایجاد تفاوت‌های رفتاری مردان و زنان نقش ایفاء می‌کند، جامعه‌پذیری است. جامعه‌پذیری فرآیندی است که انسان‌ها از طریق آن شیوه‌های زندگی جامعه‌شان را می‌آموزند و شخصیت ویژه‌ای کسب می‌کنند؛ به گونه‌ای که آمادگی عملکرد و رفتار در جامعه به عنوان یک عضو را پیدا نمایند. آنچه که جامعه‌شناسان در فرآیند جامعه‌پذیری بر آن تأکید دارند یادگیری مهارت‌ها و نگرش‌هایی است که متناسب با نقش‌های اجتماعی افراد می‌باشد. جامعه‌پذیری جنسیت آن بخش از اجتماعی شدن است که به وسیله آن نه تنها کودکان تبدیل به موجوداتی اجتماعی می‌شوند، بلکه به افرادی با ویژگی‌های مردانه یا زنانه تبدیل می‌گردند. در این وضعیت، جنسیت یعنی مرد یا زن بودن، دربردارنده مجموعه‌ای از ویژگی‌ها و رفتارهایی است که در درون هر جامعه برای مردان و زنان، شایسته و مناسب می‌باشد. آنچه که به عنوان محتوای این فرآیند در نظر گرفته می‌شود (نظیر هنجارها، ارزش‌ها، نگرش‌ها و رفتارها) همان‌هایی هستند که از نیازهای سیستم اجتماعی جامعه سرچشمه می‌گیرند (استانلی و وایز، ۲۰۰۲: ۲۷۳).

گرچه جامعه‌شناسان در اهمیت خانواده، مدرسه، همسالان و رسانه‌های گروهی در اجتماعی کردن اعضای جامعه متفق‌القولند، اما بسیاری از آنها بر این باورند که خانواده دارای اهمیتی اساسی در جامعه‌پذیر کردن افراد می‌باشد. کودکان که به طور دایم والدین‌شان را در هنگام اجرای نقش‌های جنسیتی روزانه‌شان

1- Gender Socialization Theory

می‌بینند، اگر ببینند که مادرشان اغلب در داخل منزل به سر برده و پدرانشان در خارج از منزل به کار اشتغال دارند، مادرانشان نسبت به پدرانشان وقت بیشتری را برای آشپزی، نظافت و سایر کارهای خانه‌داری اختصاص می‌دهند و اغلب مادرانشان هستند که از کارشان می‌زنند تا از آنها به هنگام بیماری مراقبت کرده یا آنها را به دکتر ببرند، طبیعی است که این کودکان نقش‌های مذکور را به عنوان شیوه‌های عادی و پذیرفته شده برای رفتار مردان و زنان تلقی کرده و آنها را بپذیرند (براون، ۱۹۹۲: ۸۶). براساس نظریه جامعه‌پذیری جنسیت، در فرآیند جامعه‌پذیری در خانواده، نگرش‌ها و هویت جنسیتی به صورت دورنی شده به فرزندان انتقال یافته و تداوم سلطه مردان و فرمانبری زنان را به دنبال می‌آورد.

با توجه به این که در طی فرآیند جامعه‌پذیری جنسیت، معمولاً از مردان تصویری مستقل، استوار، شایسته، توانا و بااراده ترسیم گردیده و در مقابل، زنان موجوداتی آرام، فرمانبر، منفعل، عاطفی و وابسته توصیف می‌شوند؛ در چنین شرایطی مردان نقش جنسیتی سنتی سلطه‌گری مردانه و زنان نقش فرمانبر بودن را می‌پذیرند (شافر و لامن، ۱۹۹۲: ۹۸).

یکی دیگر از راه‌هایی که والدین، رفتارهای جنسیت‌مدار فرزندان‌شان را تقویت می‌کنند از طریق الگوهای متفاوت کنش متقابل و رفتار با دختران و پسران است. والدین این رفتارهای مبتنی بر جنسیت را با دادن یا ندادن پاسخ‌های خاص به برخی از رفتارهای معین در فرزندان‌شان تقویت می‌کنند. از این‌رو، تقلید فرزندان از رفتارهای والدین و نیز تقویت مستقیم پاسخ‌های فرزندان توسط والدین از راه‌های اساسی هستند که منجر به جامعه‌پذیری متفاوت دختران و پسران در خانواده می‌گردد. این تفاوت‌گذاری‌ها و تمایزات بین دو جنس که از آغاز زندگی شروع می‌شود منجر به یادگیری رفتارهای منفعلانه، مطیعانه و پرورشی و مراقبت از دیگران توسط دختران می‌گردد در حالی که پسران رفتارهای فعالانه، پرخاشگرانه و مستقل‌متکی به خود بودن را می‌آموزند. براساس نظریات «بلاک» والدین به احتمال زیاد رفتارهایی را در پسران تشویق می‌کنند که آنها را دارای اعتماد به نفس، مستقل و جسور بار می‌آورند؛ در حالی که دختران را به سوی رفتارهای

افزایش دهنده روابط متقابل با دیگران و متکی شدن به آنها سوق می‌دهند (لیندسی و همکاران، ۱۹۹۷: ۶۴۳).

۴- چاقوب نظری تحقیق

مطابق نظریه طر حواره جنسیت، افراد کلیشه‌های جنسیتی (عقاید قالبی مربوط به صفات مردانه یا زنانه) را بر اساس هویت جنسیتی شان می‌آموزند. میزان پذیرش این کلیشه‌های جنسیتی می‌تواند با تأثیرپذیری از عوامل گوناگون روانی-اجتماعی افزایش یا کاهش یابد. مطابق نظریه‌های جامعه‌پذیری جنسیتی و نیز یادگیری اجتماعی، افراد طی فرآیند جامعه‌پذیری از طریق سازوکارهای تقویت و تقلید، صفات و ویژگی‌های متناسب با جنسیت خود را از دیگران مهم، به ویژه والدین و سایر اعضای خانواده یاد می‌گیرند. بدین ترتیب نگرش‌های جنسیتی و نیز نگرش‌های شغلی در جارچوب خانواده آموخته می‌شود. عامل تأثیرگذار در نحوه و میزان یادگیری این نگرش‌ها، همانا جنسیت کودکان می‌باشد، بدین معنی که مطابق نظریه جامعه‌پذیری جنسیت، مذکر یا مؤنث بودن موجب می‌گردد تا افراد مجموعه متفاوتی از ویژگی‌ها و رفتارهای شایسته مردانه/زنانه را فراگرفته و به هنگام ایفای نقش‌های اجتماعی شان به آنها عمل نمایند. علاوه بر این، از دیدگاه نظریه نقش، موقعیت فرد در ساختار اجتماعی می‌تواند شکل دهنده باورها، نگرش‌ها و رفتارهای اجتماعی وی باشد؛ از این رو، پایگاه اجتماعی-اقتصادی والدین که نشان‌دهنده جایگاه در سلسله مراتب نظام اجتماعی است، بر باورها، نگرش‌ها و رفتارهای والدین در زمینه نقش‌های جنسیتی تأثیر می‌گذارد. بنابر نظریه یادگیری اجتماعی، این نگرش‌های والدین طی فرآیند جامعه‌پذیری به فرزندان آموخته و منتقل می‌گردد. بدین ترتیب والدین که خود به شیوه‌ای متفاوت از فرزندان‌شان جامعه‌پذیر شده‌اند و دارای نگرش سنتی راجع به روابط و رفتارهای اجتماعی فرزندان و به ویژه دختران می‌باشند، با به کارگیری پاداش یا تنبیه، برخی از کلیشه‌های جنسیتی راجع به صفات، نگرش‌ها، نقش‌ها و رفتارهای مناسب برای مردان و زنان را به فرزندان‌شان منتقل یا تحمیل می‌نمایند. هم‌چنین، بر مبنای نظریه نقش، تغییر در نقش افراد می‌تواند منجر به تغییر در نگرش‌ها و رفتارهای آنان گردد. از این رو، افراد مجرد پس از متأهل شدن و به عهده گرفتن نقش همسری (زن

یا شوهر بودن)، ممکن است نگرش‌های خود درباره صفات و ویژگی‌های مناسب مردانه و زنانه را تغییر داده و با کسب تجربیات واقعی از جنس مخالف، باورهای‌شان به کلیشه‌های جنسیتی تضعیف یا تقویت گردد.

۵- فرضیات تحقیق

- ۱- بین متغیرهای فردی (سطح تحصیلات، درآمد، تحصیلات و شغل همسر) و میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی رابطه وجود دارد.
- ۲- بین متغیرهای شبکه روابط اجتماعی- تعهد به نقش و پذیرش کلیشه‌های جنسیتی رابطه وجود دارد.

۶- روش تحقیق

تحقیق حاضر از نوع تحقیقات مقطعی^۱ بوده که به صورت پیمایشی^۲ صورت گرفته است.

۷- جامعه و نمونه آماری

جامعه آماری تحقیق، شامل ۳۳۳ نفر زن همسر دار شاغل در آموزش و پرورش شهرستان سراب می‌باشند که با استفاده از فرمول نمونه‌گیری کوکران، حجم نمونه‌ای برابر با ۱۵۲ نفر تعیین گردید که با شیوه نمونه‌گیری تصادفی ساده، پاسخگویان تحقیق انتخاب شدند.

۸- ابزار اندازه‌گیری

به منظور گردآوری داده‌ها از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شد. هم‌چنین برای سنجش اعتبار از روش اعتبار صوری و جهت سنجش روایی کل پرسشنامه و نیز مقیاس‌های مورد استفاده، از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است که در نهایت با حذف سئوالات و گویه‌های کم اهمیت، برای کل پرسشنامه رقم ۰/۷۴۲ به

1- Cross Sectional

2- Survey

دست آمده است. پس از رفع اشکالات پرسشنامه در زمینه مناسب بودن شکل، اعتبار و روایی، میزان ابهام و یا مشکل بودن سئوالات و نیز زمان مورد نیاز برای تکمیل پرسشنامه توسط پاسخگویان، پرسشنامه نهایی طراحی گردید و برای گردآوری داده‌ها استفاده شد.

۹- متغیرهای مستقل و وابسته

متغیر وابسته تحقیق، میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی است. محقق سعی نمود تأثیر متغیرهای مستقل تحقیق (میزان تحصیلات و درآمد همسر، شغل همسر، تعهد به نقش در زنان، شبکه روابط اجتماعی و حمایت اجتماعی سازمان‌ها) را بر نوسانات و تغییرات میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی مورد سنجش و ارزیابی قرار دهد.

۱۰- تعاریف نظری و عملیاتی مفاهیم

میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی: کلیشه‌های جنسیتی، ارائه‌دهنده تصویر یک‌نواخت و قالب‌بندی شده‌ای از رفتارهای خاص مربوط به زنان و مردان است بدون آن که مورد بررسی و آزمون قرار گرفته باشند (اعزازی، ۱۳۸۰: ۴۵). مقصود از میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی، میزان باورداشت فرد به برخی عقاید قالبی و کلیشه‌ای درباره ویژگی‌های رفتاری و خصوصیات فکری منتسب به مردان یا زنان در جامعه می‌باشد. جهت سنجش میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی توسط زنان شاغل، از یک مقیاس ۹ گویه‌ای استفاده شد که ضریب روایی^۱ آن براساس آلفای کرونباخ^۲ معادل ۰/۷۲ بوده است.

۱۱- روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

داده‌ها در دو سطح توصیفی و استنباطی با استفاده از بسته اختصاصی علوم اجتماعی (SPSS) نسخه شماره ۱۷ مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند.

1- Reliability Coefficient

2- Chronbach's Alpha

۱۲- یافته‌ها

۱۲-۱- نتایج توصیفی

۱۲-۱-۱- ویژگی‌های اجتماعی - جمعیتی پاسخگویان

همان‌گونه که جدول شماره (۱) نشان می‌دهد تعداد ۱۵۲ نفر از زنان همسر دار شاغل در آموزش و پرورش شهرستان سراب به عنوان نمونه تحقیق انتخاب گردیدند که میانگین سنی آنها ۳۷/۶۶ و حداقل سن آنها ۲۰ و حداکثر ۶۰ سال بوده است. ۱۱/۸٪ از این نمونه بالای ۲۵ سال سابقه کار، ۱۵/۸٪ بین ۲۰ تا ۲۵ سال، ۳۰/۹٪ بین ۱۶ تا ۲۰ سال، ۹/۹٪ بین ۱۰ سال و ۳/۳٪ کمتر از ۵ سال سابقه کار داشتند. از این تعداد زنان ۳۰٪ دارای یک فرزند، ۵۸/۶٪ دو فرزند و ۱۱/۴٪ نیز سه فرزند داشتند، ۳۹/۵٪ از زنان دارای تحصیلات دیپلم و فوق دیپلم، ۵۵/۳٪ لیسانسه و ۵/۳٪ تحصیلات تکمیلی داشتند. هم‌چنین بررسی وضعیت اشتغال همسران آنها نشان می‌دهد که ۶۸٪ از همسران آنها در مشاغل دولتی، ۲۷/۲٪ در مشاغل آزاد، ۳/۴٪ دانشجو و ۱/۴٪ از همسران نیز کار خاصی نداشته و بیکار بوده‌اند. از لحاظ سطح تحصیلات نیز ۴/۱٪ از همسران دارای تحصیلات زیر دیپلم، ۲۹/۳٪ در حد دیپلم، ۱۹/۷٪ فوق دیپلم، ۳۶/۱٪ کارشناسی و ۱۰/۹٪ از همسران نیز دارای تحصیلات کارشناسی ارشد و بالاتر بوده‌اند، هم‌چنین از نظر سطح درآمد نیز ۱۲/۵٪ از همسران دارای درآمد ماهیانه کمتر از ۲۵۰ هزار تومان، ۲۰/۴٪ بین ۲۵۰ تا ۳۵۰ هزار تومان، ۱۸/۴٪ دارای درآمد ۳۵۰ تا ۴۵۰، ۲۶/۹٪ بین ۴۵۰ تا ۵۵۰ و ۱۹/۱٪ درآمد بالای ۵۵۰ هزار تومان و بالاتر داشته‌اند.

جدول شماره (۱): توصیف ویژگی‌های اجتماعی - جمعیت پاسخگویان

متغیرها	تعداد	درصد
سابقه کار	کمتر از ۵ سال	۳/۳
	بین ۶ تا ۱۰ سال	۹/۹
	بین ۱۱ تا ۱۵ سال	۲۸/۳
	بین ۱۶ تا ۲۰ سال	۳۰/۹
	بین ۲۱ تا ۲۵ سال	۱۵/۸
	۲۵ سال و بالاتر	۱۱/۸

۳۳/۶۲	۷۸	دیپلم و فوق دیپلم	سطح تحصیلات
۲۲/۸۴	۵۳	لیسانس	همسر
۶/۸۹	۱۶	کارشناسی ارشد و بالاتر	درآمد ماهیانه همسر
۱۲/۵	۱۹	کمتر از ۲۵۰ هزار تومان	
۲۰/۴	۳۱	بین ۲۵۰ تا ۳۵۰ هزار تومان	
۱۸/۴	۲۸	بین ۳۵۰ تا ۴۵۰ هزار تومان	
۲۹/۶	۴۵	بین ۴۵۰ تا ۵۵۰ هزار تومان	
۱۹/۱	۲۹	۵۵۰ هزار تومان و بالاتر	وضعیت اشتغال همسر
۶۸/۰۲	۱۰۰	دولتی	
۲۸/۲۱	۴۰	آزاد	
۴/۷۶	۷	بیکار	

۱۲-۱-۲- میزان متغیر وابسته و متغیرهای مستقل

بر اساس اطلاعات جدول (۲) میزان شبکه روابط اجتماعی زنان شاغل برابر $۱۵/۸ \pm ۶۱/۲۹$ به دست آمده است که حداقل میزان شبکه روابط اجتماعی $۱۱/۴$ و حداکثر $۹۴/۲۹$ است. تعهد به نقش در زنان $۱۹/۲۹ \pm ۵۲/۲۸$ بوده که حداقل میزان تعهد به نقش در زنان ۱۰ و حداکثر ۱۰۰ است. هم‌چنین میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی نیز در بین زنان شاغل مورد مطالعه برابر $۱۳/۷ \pm ۶۴/۹۴$ است که حداقل میزان پذیرش کلیشه‌ها ۲۰ و حداکثر $۹۳/۳۳$ می‌باشد که در مجموع میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی در زنان در حد بالایی می‌باشد.

جدول شماره (۲): میزان متغیر وابسته و متغیرهای مستقل

متغیر	تعداد	میانگین	انحراف استاندارد	حداقل	حداکثر
شبکه روابط اجتماعی	۱۵۲	۶۱/۲۹	۱۵/۸	۱۱/۴	۹۴/۲۹
تعهد به نقش در زنان	۱۵۲	۵۲/۲۸	۱۹/۲۹	۱۰	۱۰۰
پذیرش کلیشه‌های جنسیتی	۱۵۲	۶۴/۹۴	۱۳/۷	۲۰	۹۳/۳۳

۱۲-۲- نتایج تحلیلی

۱۲-۲-۱- رابطه بین متغیرهای مستقل و وابسته

در این تحقیق میزان همبستگی برخی از متغیرهای مستقل با میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی پاسخگویان مورد بررسی قرار گرفته‌اند. براساس نتایج بدست آمده میانگین میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی برحسب متغیرهای مورد مطالعه نوسان‌پذیر بوده است. در یک جمع‌بندی کلی می‌توان گفت که داشتن سطح تحصیلات پائین، شبکه روابط اجتماعی ضعیف، تعهد به نقش پائین و درآمد پائین همسر، پائین بودن سطح تحصیلات همسر و اشتغال همسران در مشاغل آزاد از جمله عوامل اجتماعی و خانوادگی مؤثر در میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی درباره ویژگی‌های زنانه توسط زنان می‌باشد.

جدول شماره (۳): نتایج آزمون فرض‌ها

سطح معنی‌داری	آزمون	فرضیه‌ها
۰/۰۱۴	$r = -0/196$	شبکه روابط اجتماعی و پذیرش کلیشه‌های جنسیتی
۰/۰۱۲	$r = -0/201$	تعهد به نقش و پذیرش کلیشه‌های جنسیتی
۰/۰۱۴	$r = 0/198$	سطح تحصیلات و پذیرش کلیشه‌های جنسیتی
۰/۰۱۵	$r = -0/195$	درآمد همسر و پذیرش کلیشه‌های جنسیتی
۰/۰۲	$r = -0/166$	سطح تحصیلات همسر و پذیرش کلیشه‌های جنسیتی
۰/۰۳	$F = 1/66$	اشتغال همسر

۱۲-۲-۲- بررسی عوامل مرتبط با میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی

به منظور شناسایی عوامل مؤثر بر میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی از تکنیک تحلیل رگرسیونی چندمتغیره سود جسته‌ایم. تحلیل رگرسیونی چندمتغیره حاکی از تاثیر دو متغیر مورد بررسی در این تحقیق بر میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی بوده است. تحلیل رگرسیونی خطی به شیوه گام‌به‌گام و با ورود تدریجی متغیرهای معنی‌داری در معادله رگرسیونی انجام شده است.

جدول شماره (۴): ضریب همبستگی چندگانه برای
تبیین میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی

شکل	ضریب همبستگی چندگانه	ضریب تبیین	ضریب تبیین خالص	اشتباه معیار برآورد	معیار دوربین واتسون
شبکه روابط	۰/۲۱۶	۰/۰۴۷	۰/۰۴۰	۱۵/۹۷۳	
درآمد همسر	۰/۳۲۶	۰/۱۰۶	۰/۰۹۴	۱۵/۵۱۸	
تعهد به نقش	۰/۳۹۵	۰/۱۵۶	۰/۱۳۹	۱۵/۱۲۹	۱/۸۴۱

۱۳- نتیجه‌گیری

بر اساس یافته‌های تحقیق حاضر مشخص گردید که متناظر با عقاید قالبی و کلیشه‌های رایج در فرهنگ ملی و بومی شهرستان سراب درباره ویژگی‌های شخصیتی زنان مطابق با نتایج پژوهش‌های پیشین، زنان مورد بررسی این تحقیق نیر براین باور بودند که برخی از ویژگی‌های ابزاری یا سازمانده (نظیر پرخاشگر و عصبی بودن، قدرت مدیریت و رهبری داشتن، قوی و توانا بودن، فعال و پرانرژی بودن، و مستقل و متکی به خود بودن) عمدتاً از خصایص مردانه است در حالی که برخی ویژگی‌های بیانی یا روحیه بخش (نظیر عاطفی و حساس بودن، جذابیت، صبور و آرام بودن، مضطرب و نگران بودن و وابستگی به دیگران داشتن) ویژگی‌های زنان محسوب می‌گردند. در یک نگاه کلی می‌توان تشخیص داد که میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی در زنان شاغل در حد بالا بوده است و نیمی از زنان شاغل، کلیشه‌های جنسیتی رایج در فرهنگ جامعه نسبت به ویژگی‌های شخصیتی زنان را پذیرفته‌اند. با این وجود، بررسی عمیق‌تر نشان از آن دارد که برحسب متغیرهای اجتماعی - خانوادگی می‌توان تفاوت‌های معناداری در میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی تشخیص داد. بدین ترتیب که در مجموع زنان شاغل دارای شبکه روابط اجتماعی کم، تعهد به نقش پائین، سابقه کار پایین، سطح تحصیلات پائین همسران به احتمال زیادتری اعتقاد بیشتری به کلیشه‌های جنسیتی رایج داشته‌اند.

منابع

- اعزازی، ش. (۱۳۸۰)، **تحلیل ساختاری جنسیت، نگرشی بر تحلیل جنسیتی در ایران**. گردآوری و تنظیم، ن. جزنی. تهران: دانشگاه شهید بهشتی، چاپ اول.
- ایروانی، م و باقریان، ف. (۱۳۸۳)، **شناخت اجتماعی (روان‌شناسی اجتماعی)**. تهران: نشر ساوالان، چاپ اول.
- بدار، ل و دزیل، ژ و لامارش، ل. (۱۳۸۱)، **روان‌شناسی اجتماعی**. تهران: نشر ساوالان، چاپ اول.
- چلبی، م. (۱۳۷۶)، **جامعه‌شناسی نظم**. چاپ اول، تهران: نشر نی.
- حقیقی‌نسب، م و هدایتی، ش. (۱۳۸۴)، **بررسی تصویر سازی نقش جنسیت در آگهی‌های بازرگانی سیمای جمهوری اسلامی ایران**. مطالعات زنان، شماره ۷، صص ۳۳-۵۰.
- خمسه، ا. (۱۳۸۳)، **بررسی طرحواره‌های نقش جنسیتی و کلیشه‌های فرهنگی در دانشجویان دختر**. مطالعات زنان، شماره ۶، صص ۱۱۵-۱۳۴.
- دوچ، م و روبرت م، ک. (۱۳۷۴)، **نظریه‌ها در جامعه‌شناسی اجتماعی**. ترجمه: مرتضی کتبی، چاپ اول، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- ذکایی، م و میرزایی، آ. (۱۳۸۴)، **پسرهای جوان و ارزش‌های مردانگی (پژوهش در بین دانش‌آموزان متوسطه شهر تهران)**. مجله جامعه‌شناسی ایران، شماره ۳، صص ۷۰-۹۶.
- رحمتی، م. (۱۳۷۱)، **روانشناسی اجتماعی معاصر**. قم: انتشارات سینا، چاپ اول.
- ریتزر، ج. (۱۳۷۴)، **نظریه‌های جامعه‌شناسی در دوران معاصر**. ترجمه: م، ثلاثی. انتشارات علمی.
- سلطانی‌گرد فرامرزی، م. (۱۳۸۵)، **نمایش جنسیت در سینمای ایران**. پژوهش زنان. شماره ۲۱.

صادقی فسایی، س و کریمی، ش. (۱۳۸۴)، **کلیشه‌های جنسیتی سریال‌های تلویزیونی ایرانی سال ۱۳۸۳**. پژوهش زنان، شماره ۱۳، صص ۸۹-۵۹.

صلیبا، ج. (۱۳۷۰)، **واژه‌نامه فلسفی و علوم اجتماعی**. ترجمه: ک، برق نیسی و دیگری. شرکت سهامی انتشار.

گراف، ج و دیگران. (۱۳۸۱)، **برقراری ارتباط برای سلامت و تغییر رفتار**. ترجمه: محمدپور اسلامی و دیگران. تهران: گروه مدیریت برنامه‌های آموزش سلامت، وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، چاپ اول.

گرت، ا. (۱۳۸۰)، **جامعه‌شناسی جنسیت**. ترجمه: ک، بقایی. تهران: نشر دیگر، چاپ اول.

ناجی‌راد، م. (۱۳۸۲)، **موانع مشارکت زنان در فعالیت‌های سیاسی - اقتصادی ایران پس از انقلاب**. تهران: انتشارات کویر، چاپ اول.

- Baron, Robert A. and Byrne, Donn, (1997), **Social Psychology**, New Dehli: Prentice- Hall of India.
- Browne, Ken, (1992), **An Introduction to Sociology**, UK: Polity Press.
- Duesk, Jerome, B, (1987), **Adolescent Development and Behavior**, Englewood Cliffs & New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Corrle, Shelley J, (2001), **Gender and Career Choice Process: The Role of Biased Self- Assessments**, **American Journal of Sociology**, Vol. 106, No. 6, pp: 1691-1730.
- Eagly, Alice, (2000), **Gender Roles**, In: Alan E. Kazdin; **Encyclopedia of Psychology**, Vol. 3, New York: Oxford University Press, pp: 448-53.
- Kammeyer, K. C. W, et. Al, (1992), **Sociology**, Boston & London: Allyn & Bacon.
- Lindsey, Eric W. et. Al, (1997), **Differential Play Patterns of Mothers and Fathers of Sons and Daughters**, **Sex Poles**, Vol. 37, No. 9/10, 643-52.
- Lorber, Judith, (2000), **Social Construction of Gender**, in Edgar F. Borgatta and Rhonda J. V. Montgomery, **Encyclopedia of Sociology**, New York: McMillan Reference.

- Martin, Carol L, (2000), **Gender Identity**, In: Alan E. Kazdin, Encyclopedia of Psychology, Vol. 3, New York: Oxford University Press, pp: 444-8.
- Milton, Nick, (2000), **Decision Theory and Social Psychology**, Sited in: www. Psychology. Nottingham. Ac. Uk.
- Schaffer. F. T. & Lamn R. P, (1992), **Sociology**, New York: Mc Graw Hill.
- Shaw, Marvin E. and Costanzo, Philip R, (1982), **Theories of Social Psychology**, Singapore: McGraw- Hill Book Company.
- Stanley L. and Wise S, (2002), **What's Wrong with Socialization?**, In: S. Jackson and S. Scott, Gender: A Sociological Reader, London: Routledge, pp: 273-9.
- Zuo, Jiping, (1997), **The Effect of Men's Breadwinner Status on Their Changing Gender Beliefs**. Sex Roles, Vol. 37, No. 9/10, pp: 799-816.

Archive of SID